

## **Bab 5**

### **Kesimpulan dan Saran**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, dan hipotesis penelitian serta temuan dan pembahasan yang diuraikan di atas maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian yaitu *ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *usefulness* pada layanan *internet banking* Bank Central Asia di Surabaya, diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *ease of use*, maka semakin tinggi pula *usefulness* pada layanan *internet banking* Bank Central Asia di Surabaya. Ketika nasabah merasa layanan *internet banking* BCA mudah, maka pelanggan merasa bahwa layanan *internet banking* juga memberikan manfaat dan kegunaan bagi pelanggan dalam melakukan transaksi.
2. Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini yaitu *Ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *attitude* pada layanan *internet banking* Bank Central Asia di Surabaya, diterima. pada layanan *internet banking* Bank Central Asia di Surabaya diterima. Semakin tinggi *ease of use*, maka semakin tinggi pula *attitude* nasabah dalam menggunakan layanan *internet banking* BCA.
3. Hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian, yaitu *Ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada layanan *internet banking* Bank Central Asia di Surabaya diterima. Hasil menunjukkan semakin tinggi *ease of use*, maka semakin tinggi juga *customer satisfaction* pada layanan *internet banking* Bank Central Asia di Surabaya.
4. Hipotesis keempat yang diajukan dalam penelitian, yaitu *Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada layanan *internet banking* Bank Central Asia di Surabaya, diterima. Hasil menunjukkan semakin tinggi *usefulness* maka akan semakin tinggi juga *customer satisfaction* pada layanan *internet banking* Bank Central Asia di Surabaya.
5. Hipotesis kelima yang diajukan dalam penelitian, yaitu *Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *Attitude* pada layanan *internet banking* Bank Central Asia di

Surabaya, diteima. Hasil menunjukkan semakin tinggi *usefulness*, semakin tinggi pula *attitude* pada layanan *internet banking* Bank Central Asia di Surabaya

6. Hipotesis keenam yang diajukan dalam penelitian, yaitu *Attitude* berpengaruh signifikan terhadap *actual use* pada layanan *internet banking* Bank Central Asia di Surabaya, diteima. Hasil menunjukkan semakin tinggi *attitude*, semakin tinggi pula *actual use* pada layanan *internet banking* Bank Central Asia di Surabaya.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang didapat di atas maka dapat disarankan beberapa hal sebagai berikut :

### 1. Saran Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah didapat, maka bagi para peneliti berikutnya yang akan menggunakan variabel yang sama untuk dapat mempertimbangkan indikator dalam pengukuran variabel yang digunakan, misalnya dengan menambah indikator pengukuran dan menambah variabel deskriptif untuk memperjelas dan mendukung hasil penelitian. Peneliti juga dapat mempertimbangkan variabel lain selain *ease of use*, *usefulness*, *attitude*, *customer satisfaction* dan *actual use*.

### 2. Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah didapat, maka terdapa beberapa saran praktis, yaitu :

1. Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah didapat, maka Bank Central Asia sebenarnya telah memberikan upaya yang cukup baik untuk layanan *internet banking* sebagai fasilitas yang memudahkan nasabah. Untuk meningkatkan kemudahan penggunaan layanan *internet banking*, Bank Central Asia dapat meningkatkan inovasi dapat yang mempermudah penggunaan layanan *internet banking* Bank Cental Asia serta panduan yang jelas yang sehingga mempermudah penggunaan layanan *internet banking* Bank Central Asia daripada layanan *internet banking* yang diberikan oleh bank lain. Salah satu contohnya mengganti token dengan alat lain dalam menggunakan *internet banking*.
2. *Internet banking* yang diberikan BCA telah memberikan manfaaat, namun belum maksimal. Tidak semua transaksi dapat dengan menggunakan *internet banking*, oleh karena itu, banyak masyarakat yang masih memilih ke ATM terdekat untuk

melakukan transaksi. Selain itu, fitur keamanan *internet banking* menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah ketika menggunakan layanan *internet banking*. Bank Central Asia dapat meningkatkan inovasi pada teknologi, serta mendengarkan saran dan keluhan konsumen akan layanan *internet banking* yang diberikan oleh konsumen sebagai pengguna *internet banking* dan melihat inovasi yang diberikan oleh bank lain dalam pemberian layanan *internet banking*.

3. Untuk dapat meningkatkan kualitas dan manfaat dari layanan *internet banking* BCA, maka bank BCA juga memerlukan sikap positif sebagai *feedback* yang diberikan oleh nasabah. Hal ini dapat dilakukan oleh BCA dengan senantiasa melakukan survey kepuasan pelanggan tidak hanya untuk nasabah yang datang namun survey layanan terhadap penggunaan layanan *internet banking* BCA.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah M. Baabdullah, Ali A. Alalwan, Nripendra P. Rana, Pushp Patil, Yogesh K. Dwivedi. 2019. An integrated model for m-banking adoption in Saudi Arabia", *International Journal of Bank Marketing*.
- Ayo K.Charles. 2015. E-Banking users behavior: e-service quality, attitude and customer satisfaction. *International Journal of Bank Marketing Vol 3 No.3*
- Amin Muslim, 2015. Internet banking service quality and its implication on e-customer satisfaction and e-customer loyalty. *International Journal of Bank Marketing Vol 34, No.3*
- Cabanillas, et al., 2013. The Determinant of satisfaction with e-banking, *Industrial Management and Data System, Vol 113 No.5, p.75-767*
- Churchill, G.A., & Suprenant, C. (1982): An Investigation into the determinants of customer. 19, pp. 491-504
- Claudio Hoffmann Sampaio, Wagner Junior Ladeira, Fernando De Oliveira Santini. *Apps for mobile banking and customer satisfaction: a cross-cultural study*. *International Journal of Bank Marketing*.
- Govindaluri S Madhumohan & Sharma K Sujeet. 2014. *Internet Banking Adoption in India. Journal of Indian Business Research, Vol.6 Iss 2 pp. 155-169*
- Fitriana, Ana. 2015. Analisis TAM Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Layanan *Internet Banking* BCA. *CSRID Journal, Vol.7 No.3, Hal. 135-144*
- Huiqun, L., & Zhao, X. 2009. A Literature review and critique on customer satisfaction. *Blue Mountain Journals, 359-364*
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., dan Anderson, R. E., 2010. *Multivariate Data Analysis: A global perspective (7th ed.)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Putra, Dwitya. 2017. Diakses 8 Juni 2018, dari Info Bank News: <http://infobanknews.com/empat-tahun-pengguna-e-banking-meningkat-270/>
- Sanjit Kumar Roy, Ankit Kesharwani, Shailendra Singh Bisht. 2012. *The impact of trust and perceived risk on internet banking adoption in India: An extension of technology acceptance model*. *International Journal of Bank Marketing, Vol. 30 Iss 4 pp. 303-322*

Sugiyono.2011, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta: Bandung

Thanika Devi Juwaheer, Sharmila Pudaruth, Priyasha Ramdin. 2013. Factors influencing the adoption of internet banking: a case study of commercial banks in Mauritius", World Journal of Science, Technology and Sustainable Development, Vol. 9 Iss 3 pp. 204-234

Yamin Sofyan & Kurniawan Heri. 2009. SPSS COMPLETE Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS. Jakarta. SALEMBA INFOTEK

Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., dan Griffin, M., 2009. *Business research methods (8th ed)*. Cengage Learning.